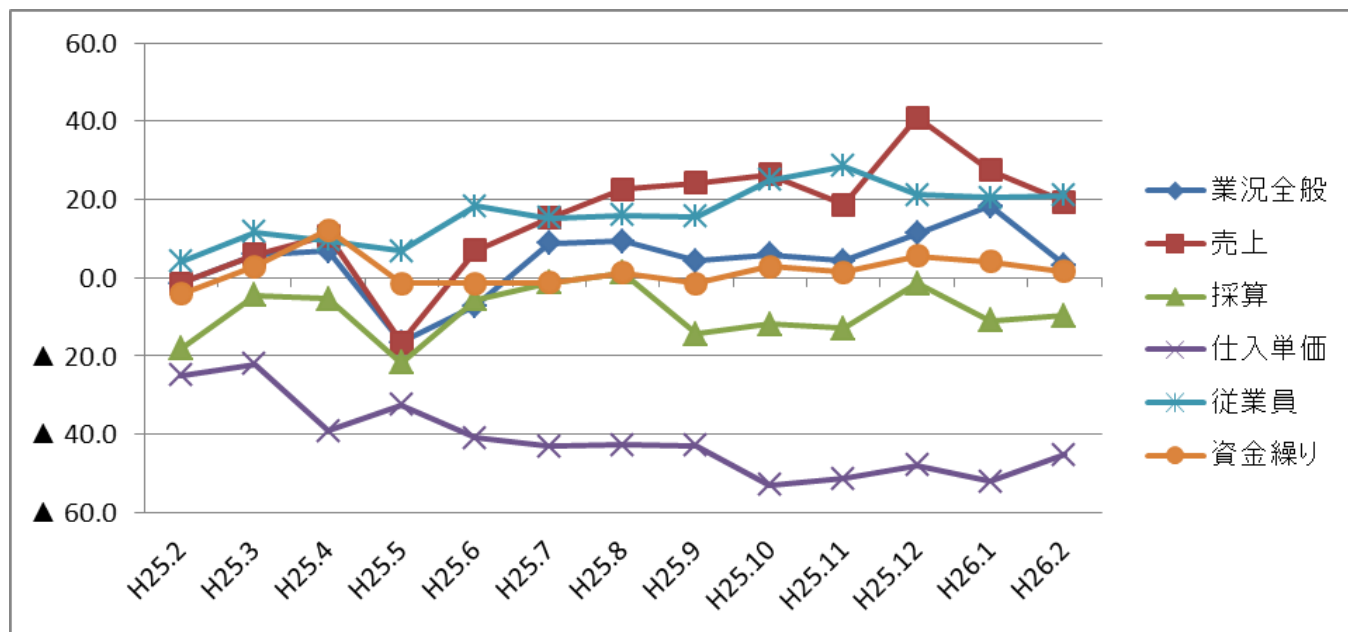


### 1. 経営状況について

- 回答数：62件/100件 回答率：62%  
(業種内訳：建設業16件、製造業9件、卸売業11件、小売業5件、サービス業21件)
- 全産業の業況DIは3.2と、前月比15.1ポイントの悪化(表1参照)。  
・前月と比べ、悪化と答える企業が増加し、業況DIは大幅に悪化した、プラスを確保している(図1参照)。  
・業種別で見ると、建設業と小売業が前月比で改善した一方、製造業、卸売業、サービス業では前月比で悪化し、卸売業とサービス業ではマイナスとなった(表1参照)。  
・売上高DIは19.4と前月比8.0ポイント悪化し、2か月連続の悪化となった(図1参照)。  
・業種別では、建設業は前月比で1.7ポイント改善し、43.8と高水準を維持している。  
小売業は前月比で23.3ポイント改善で40.0と高かった。卸売業は、前月比で36.4ポイントの大幅悪化で▲9.1と唯一マイナスとなった。
- 先行きについては、全産業で0.0と、今月比で悪化する見通し。業種別では、今月の業況DIが高い建設業と小売業の落ち込みが大きい(表1参照)。
- 「消費税増税による先行き不安」、「人員・人材不足」、「資材・燃料費高騰」の声が多い。

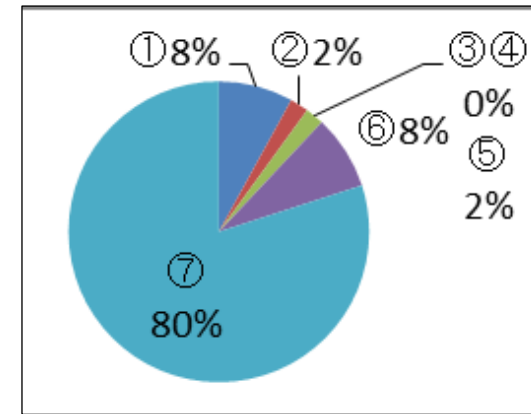
・図1 全産業合計の各DIの推移



	H25.2	H25.3	H25.4	H25.5	H25.6	H25.7	H25.8	H25.9	H25.10	H25.11	H25.12	H26.1	H26.2	先行き
全産業	▲1.4	5.9	6.8	▲16.4	▲7.1	8.9	9.3	4.3	5.9	4.3	11.3	18.3	3.2	0.0
建設業	▲21.1	11.1	▲9.5	▲16.7	▲10.5	23.5	31.6	5.9	15.0	35.3	26.3	26.3	18.8	▲13.3
製造業	0.0	▲20.0	33.3	▲28.6	0.0	▲10.0	▲12.5	0.0	12.5	0.0	16.7	20.0	0.0	▲11.1
卸売業	8.3	8.3	9.1	▲38.5	▲25.0	▲7.7	▲9.1	9.1	18.2	8.3	18.2	9.1	▲9.1	18.2
小売業	20.0	▲20.0	▲20.0	▲20.0	0.0	▲14.3	16.7	▲20.0	25.0	0.0	▲14.3	33.3	40.0	0.0
サービス業	3.4	10.7	14.3	▲3.3	0.0	18.8	6.5	7.7	▲12.0	▲15.4	0.0	12.0	▲9.5	5.0

### 2. 付帯調査：海外展開について

- 1) 海外展開の実施状況について  
海外展開している企業(①+②+④)は10%(6社)であった。海外展開していない企業のうち、現在、海外展開を検討中の企業(⑥)は8%(5社)であった(下記グラフ参照)。



- ①従前から実施している
- ②従前から実施しているが、この1年の新たな計画はとりやめた
- ③従前から実施していたが、この1年でやめた
- ④従前は実施していなかったが、この1年で開始した
- ⑤従前は実施しておらず、この1年で実施する計画があったがとりやめた
- ⑥従前は実施していなかったが、今後の実施を検討中である
- ⑦従前から実施していない(今後の計画もなし)

- 2) 輸出の実施状況について  
現在、輸出を行っている企業は7%(4社)であった。そのうち、この1年で輸出を縮小した企業は2%(1社)あった。
- 3) 海外の生産拠点(工場)の設置・保有状況について  
現在、海外の生産拠点を保有している企業は4%(2社)であった。そのうち、この1年で設備等を増強した企業は2%(1社)であった。
- 4) 海外への生産・販売委託の実施状況について  
現在、海外で生産・販売委託を行っている企業は8%(5社)であった。そのうち、この1年で生産・販売委託を拡大した企業は2%(1社)であった。

### 3. 中小企業の声

- 季節的要因により月毎の業績変化は避けられないが、海外観光客の増加を背景に前年対比売上は好調。(菓子製造業)
- 円安による輸入原料・燃料費の高騰に加え、運送費の値上げ要請が発生しており、収益構造を圧迫している。(昆布珍味製造業)
- 海外への水産物の輸出が増加傾向にあり、それに伴い国内流通価格の上昇に繋がっているため、消費が鈍くなっている。(水産食品製造業)
- 2月より平成26年度の公共工事業発注が本格的になるが、相変わらずヒトが足りず、モノも上昇し、また消費税も8%になる、など不安要素ばかり。(一般土木建設業)
- 材料等の仕入価格が目に見える形で上昇してきており、会社収益まで影響し悪化することが懸念される。(電気工事業)
- 当社の市場(販売先の間口)が縮小している。また、業況の変動が非常に大きくなってきている。(無線通信設備設置工事業)
- 4月からの消費税UPが3月までの販売にどのような影響をあたえるか予想できず、若干の不安を持っている。(塗料卸売業)
- 公共工事の増加、消費税のかけ込み需要により売上が伸びているが、資材の高騰で利益はあまり変化はないように思う。海外ビジネスについては、ロシア及びモンゴル等には販売を、中国等については仕入を考えたいが、なかなか踏み切れない状況。(建築・土木資材卸売業)
- 消費税増税の反動も想定され、売上改善するも継続するかが不透明。ベースアップよりも、業績をふまえたボーナスアップの方向で賃上げを予定。(ポイラー・クリーニング機械販売業)
- 消費税増税後の景気落ち込みがかなり大きいと危惧している。政府は、早期に回復していると言っているが、現在は好況感が無い上に更に景気が落ち込む。消費税の転嫁など中小企業の実態について把握していないのではないか。(会計事務所)

※商工会議所 LOBO 調査は、日商が毎月行っている調査で、各地域の「肌で感じる足元の景況感」を迅速・的確に把握し、商工会議所の景気対策等に関する意見活動に資することを目的としている。  
調査項目は、「売上高」、「採算」、「仕入単価」、「従業員」、「業況」、「資金繰り」の6項目についての前年同月比の見込みと向こう3ヶ月の見通しの景況感調査。そのほか、毎月テーマが変わる付帯調査も実施。